

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sampai dengan saat ini isu tentang sampah plastik dan makanan masih menjadi isu yang hangat di masyarakat Indonesia maupun dunia. Sampah plastik pun sudah menjadi makanan sehari-hari lingkungan dan juga hewan yang terdampak karena jumlahnya yang tidak terbendung lagi. Hal tersebut sangat disayangkan jika melihat upaya seremonial dan kampanye pengurangan sampah plastik yang dijalankan oleh berbagai organisasi dan kalangan masyarakat, seperti yang dikutip dari CNN Indonesia (2019) terdapat beberapa komunitas yang tidak hentinya mengkampanyekan gaya hidup yang minim plastik seperti, komunitas *Bye Bye Plastic Bags* (BBPB) yang melalui akun Instagramnya mengkampanyekan tentang penggunaan tas belanja non-plastik, memberi edukasi tentang sampah plastik, menyuarkan gerakan mengumpulkan botol plastik, dan juga gerakan *clean up* dalam rangka World Clean Up Day.

Komunitas Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik yang mengajak masyarakat untuk lebih bijak dalam menggunakan kantong plastik, membuat tas belanja sendiri dari kaos bekas, melakukan kegiatan #WisataPlastik (melakukan wisata di sepanjang Sungai Ciliwung untuk melihat dampak dari pencemaran plastik), melakukan gerakan #RampokPlastik (menukarkan kantong plastik warga dengan kantong yang bisa dipakai ulang), dan #BelanjaCantikTanpaKantong Plastik (program yang mengajak orang berbelanja dengan menggunakan tas

belanja yang dapat dipakai ulang dengan bahan dan desain yang unik), dilanjut dengan komunitas Zero Waste Nusantara yang mengajak masyarakat untuk menerapkan gaya hidup minim sampah (*zero waste*) dengan menerapkan 5R (*refuse, reduce, reuse, recycle, dan rot/compost*), kemudian Sustaination yang memberi edukasi tentang gaya hidup berkelanjutan dan minim sampah dengan produk yang ramah lingkungan, dan komunitas *Get Plastic* yang menemukan bahwa plastik dapat diolah menjadi bahan bakar. Beberapa komunitas yang telah disebutkan di atas adalah hanya sebagian kecil perwakilan komunitas dari komunitas komunitas lain yang juga serta berkontribusi dalam kelestarian lingkungan dengan upayanya meminimalisir dan mengolah sampah agar dapat digunakan kembali sebagai fungsi lain.

Di samping dari kegiatan kampanye di atas, masih terdapat sebesar 1,3 juta ton sampah plastik di Indonesia yang bermuara di laut setiap tahunnya. Kerusakan ekosistem laut adalah salah satu bahaya paling berisiko bagi kehidupan. Pernyataan menurut Peneliti Pusat Penelitian Oseanografi LIPI, M Reza Cordova yang dikutip dari oseanografi.lipi.go.id (2018) menyebutkan bahwa kontaminasi mikroplastik sudah mencemari air laut di kisaran 30–960 partikel/liter. Kontaminasi mikroplastik tersebut secara perlahan dapat merusak ekosistem laut yang dikarenakan penggunaan plastik yang mencapai 78 juta ton per tahun hanya didaur ulang sebesar 2%. Selain itu, karena pandemi COVID-19 yang tidak memungkinkan masyarakat untuk beraktivitas di luar seperti biasa, menjadikan sebagian besar masyarakat melakukan pembelian produk dan makanan secara *online*. Dikutip dari liputan6.com (2020), jumlah layanan pesan

antar makanan, GoFood, meningkat hingga 20%, sedangkan GrabFood sebesar 4%. Dan berdasarkan survei LIPI pada 20 April - 5 Mei 2020, menunjukkan bahwa aktivitas belanja *online* meningkat hingga 62% dengan 96% dari total jumlah paket menggunakan selotip, pembungkus plastik, dan *bubble wrap*. Selain itu, Indonesia termasuk ke dalam negara dengan penghasil sampah plastik terbesar di dunia dengan nomor urut kedua setelah China. Dikutip dari liputan6.com (2020), total volume sampah kantong plastik di Indonesia tercatat mencapai 64 juta ton per tahun di mana 3,2 juta ton per tahun masuk ke laut dan dalam pengelolaan limbahnya, Indonesia merupakan salah satu yang terburuk di dunia.

Berdasarkan data yang sudah dipaparkan di atas, terdapat dampak nyata yang sudah dihasilkan dari limbah plastik. Pertama adanya polusi atau pencemaran laut, yang menjadikan ekosistem di lautan rusak dan bahkan mati karena limbah plastik yang bertebaran di lautan. Berikut gambar yang menunjukkan salah satu paus sperma yang ditemukan mati di Pulau Kapota, Wakatobi setelah memakan 6 kg sampah berupa plastik keras (19 buah/140gr), botol plastik (4 buah/150gr), kantong plastik (25 buah/260gr), sandal jepit (2 buah/270gr), tali rafia (3,26 kg), dan gelas plastik (115 buah/750gr) pada tanggal 19 November 2018, dikutip dari BBC (2018).

Gambar 1.1 Paus sperma mati di pulau Kapota, Wakatobi setelah memakan 6 kg sampah



sumber: [kompas.com](https://www.kompas.com) (2020)

Adanya polusi tanah, dikarenakan oleh sampah yang menumpuk di tanah mengeluarkan zat berbahaya yang membuat tidak ada tumbuhan yang dapat tumbuh di sekitarnya, kemudian polusi udara yang disebabkan oleh asap dari pembakaran sampah plastik, dikutip dari [klikdokter.com](https://www.klikdokter.com) (2020), zat yang dihasilkan dari pembakaran sampah plastik dapat mempengaruhi kesehatan manusia karena terlepasnya zat-zat seperti karbon monoksida, dioksin dan furan, volatil, dan lainnya. Zat akibat pembakaran sampah plastik tersebut dapat menyebabkan pusing dan sakit kepala, gangguan penglihatan dan penurunan kesadaran, memicu kanker, kecacatan janin dan mempengaruhi hormon, dan gangguan pernapasan jika terhirup secara terus menerus.

Selain pencemaran yang ditimbulkan karena sampah plastik, sampah makanan pun juga menjadi salah satu faktor tercemarnya lingkungan. Dikutip dari [kompas.com](https://www.kompas.com) (2020), bahwa Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai negara

dengan penghasil limbah makanan tertinggi di dunia. Pada laporan tersebut menyatakan bahwa rata-rata masyarakat Indonesia membuang makanan sekitar 300 kilogram setiap tahunnya. Melihat angka yang tidak sedikit dan memprihatinkan tersebut menjadikan sebuah ancaman bagi ketahanan pangan dan gizi di Indonesia ujar *Vice Chairperson of CODEX Alimentarius Commission*, Prof. Dr. Purwiyatno Hariyadi, Msc., CFS., dalam acara *webinar “Foodcycle World Food Day 2020”* pada Jumat (9/10/2020).

Melihat fakta dan dampak nyata di atas mencerminkan sikap masyarakat yang kurang memperhatikan apa yang terjadi pada keadaan bumi, masih ceroboh dalam proses pembuangan sampah, terutama dalam pengelolaan sampah antara sampah organik dan non-organik. Permasalahan pengelolaan sampah di Indonesia dapat dilihat dari beberapa faktor yang dihasilkan, tingkat pengelolaan pelayanan yang masih rendah, tempat pembuangan akhir (TPA) yang terbatas jumlahnya, institusi pengelola sampah, dan masalah biaya, egsaugm (2019). Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 18 tahun 2008 tentang pengelolaan sampah pada poin b menjelaskan

“bahwa pengelolaan sampah selama ini belum sesuai dengan metode dan teknik pengelolaan sampah yang berwawasan lingkungan sehingga menimbulkan dampak negatif terhadap kesehatan masyarakat dan lingkungan”.

Pernyataan di atas juga didukung oleh pernyataan yang disampaikan oleh Dini Trisyanti, *Director of Sustainable Waste Indonesia (SWI)*, yang dikutip dari National Geographic Indonesia (2020), bahwa setelah plastik digunakan akan masuk ke proses daur ulang, tetapi setelah dilakukan studi selama empat bulan, hasilnya menunjukkan bahwa baru sekitar 11,83% sampah plastik di area

perkotaan Pulau Jawa yang berhasil dikumpulkan dan didaur ulang, dan sisanya yang sebanyak 88,17% masih diangkut ke TPA atau berserakan di lingkungan. Selain itu, Dini juga menyatakan bahwa kualitas sampah pasca konsumsi di Indonesia umumnya rendah, sehingga sering kali sudah dalam keadaan tercampur dengan sampah lainnya dan pemulung mendapatkannya dalam keadaan kotor dan sulit diolah. Oleh karena itu, Dini juga menyampaikan bahwa pemilahan di sumber utama penting dilakukan untuk meningkatkan kualitas sampah.

Dikutip dari Indonesia Environment & Energy Center (2020), di Jakarta sendiri sudah memiliki alat pengolahan sampah di beberapa tempat, tetapi sudah tidak mampu lagi untuk menangani sampah di Jakarta yang bertambah sebanyak 80.000 ton tiap harinya. Sehingga, melihat situasi di Jakarta tersebut, Pemerintah DKI Jakarta mengeluarkan Peraturan Gubernur no 77 tahun 2020 tentang Pengelolaan Sampah Lingkungan Rukun Warga yang tujuannya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mengelola sampah untuk mencapai target pengurangan dan penanganan rumah tangga dan sampah sejenis di DKI Jakarta dan juga untuk dapat mengubah sampah rumah tangga tersebut menjadi barang yang bernilai secara ekonomi atau menjadi bahan yang tidak membahayakan lingkungan.

Melihat permasalahan sampah yang tak terolah dan kerap menumpuk begitu saja mendorong banyak pihak untuk ikut berkontribusi dalam menyejahterakan lingkungan dan juga bumi, seperti yang sudah dilakukan oleh Unilever dalam mengatasi sampah plastik dengan merancang produk dan kemasan yang dapat didaur ulang, digunakan kembali, atau dapat diolah menjadi kompos,

kemudian upayanya dalam mengurangi plastik dalam kemasan produk produk yang dibuat oleh Unilever baik dalam mengubah bentuk kemasan, mengoptimalkan ukuran, dan juga mengurangi berat suatu kemasan, lalu ada juga gerakan tanpa plastik yang digagas oleh Unilever, produk yang ditawarkan kepada konsumen tidak disajikan dengan kemasan plastik tetapi menggunakan bisnis model yang berbeda yaitu kemasan tahan lama yang dapat diisi ulang, Unilever (2019).

Di sisi lain, dalam penanganan limbah makanan, IKEA sudah menunjukkan upaya penanganan limbah makanan dengan keberhasilannya dalam mengurangi limbah makanan sebesar 31% atau setara dengan 15.000 porsi makanan dalam satu tahun. Upaya tersebut dilakukan dengan melakukan pencegahan melalui teknologi yang dapat menganalisis cara untuk mengurangi limbah makanan dan juga melakukan daur ulang limbah makanan dengan melakukan kolaborasi bersama Waste4Change untuk dapat mengubah limbah makanan menjadi kompos, PressRelease.id (2020).

Kedua contoh di atas merupakan sebagian kecil dari banyaknya pihak pihak yang berkontribusi dalam menyejahterakan dan juga melestarikan bumi. Di samping itu, *start up* yang bergerak di bidang lingkungan yaitu Kibumi.id, juga ikut serta berkontribusi dalam melestarikan bumi dengan melibatkan para rumah tangga dalam mendaur ulang sampah sehingga mengurangi ketergantungannya pada lokasi TPA. Kibumi.id merupakan *start up* yang melayani *waste management* dengan memanfaatkan aplikasi Kibumi sebagai platform agar para *audience* dapat menggunakan jasanya dengan mudah, pengguna dapat mengakses

fitur-fitur seperti berlangganan layanan pengambilan sampah, mengakses ke mesin penjual sampah otomatis, dan fitur pengelolaan sampah lain yang bertanggung jawab.

Selain itu berikut hal-hal yang dilakukan oleh Kibumi.id seperti memberi kemudahan bagi *audience* untuk memilah sampah dengan menyediakan dua kantong daur ulang (organik dan non-organik) dan ATM daur ulang di tempat yang mudah diakses, mengangkut dan mengelola seluruh sampah dari *audience* menjadi produk baru yang memiliki daya manfaat untuk *audience*, lingkungan, dan bumi, memberdayakan komunitas pemulung dengan menjadikan mereka sebagai mitra pengangkutan dan pengolahan sampah, pengolahan sampah organik menjadi pupuk dan kompos untuk dapat membantu para petani dan dapat dijadikan sumber energi, dan pengolahan sampah non-organik menjadi produk baru yang nantinya juga dapat dijadikan sumber energi.

Salah satu hal dari kelima poin yang dilakukan oleh Kibumi.id yaitu pembentukan mitra dengan komunitas pemulung dan juga kelebihan lainnya yang membuat aplikasi sehingga memudahkan *audience* untuk dapat berlangganan dengan praktis. Kibumi.id sebagai *start up* sudah dapat memberikan layanan kepada *audiencenya* dengan aplikasi lain halnya dengan *start up* lain yang bergerak di bidang yang serupa, seperti Rekosistem yang juga memiliki program penjemputan sampah, masih menggunakan sistem pendaftaran melalui *link* yang diberikan oleh pihak Rekosistem dan untuk kompetitor lainnya, Waste4Change yang jasa penjemputan sampahnya berfokus pada perusahaan dan perumahan secara keseluruhan dan tidak dapat dilakukan secara individu. Melihat keunggulan

yang dimiliki oleh Kibumi.id, mendorong penelitian ini untuk mengetahui penerapan pemasaran sosial Instagram @Kibumi.id dalam mengedukasi masyarakat tentang pengelolaan sampah.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat adanya dampak yang signifikan dari penumpukan sampah plastik dan pangan yang dalam proses pembuangannya tidak melalui proses pengelolaan yang bertanggung jawab, menjadikan banyaknya pihak yang mulai hadir untuk mengurangi dan mencegah adanya penumpukan sampah akibat kebiasaan mencampur dua jenis sampah, organik dan non-organik, seperti Kibumi.id yang hadir dengan jasa *waste management* melalui aplikasi yang dibuatnya yaitu Kibumi, yang melakukan pemasaran sosialnya melalui media sosial Instagram sehingga penelitian ini ingin melihat bagaimana Kibumi.id melakukan perencanaan pemasaran sosialnya melalui Instagram @Kibumi.id.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, pertanyaan penelitiannya adalah bagaimana strategi pemasaran sosial yang dilakukan Instagram @Kibumi.id dalam mengedukasi masyarakat tentang pengelolaan sampah?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui strategi pemasaran sosial di Instagram @Kibumi.id dalam mengedukasi masyarakat tentang pengelolaan sampah.

1.5 Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat melengkapi literatur pada studi Ilmu Komunikasi dalam bidang pemasaran sosial dan dapat berguna sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dalam mengkaji konsep yang dibahas dalam penelitian ini.

b. Kegunaan Praktis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberi informasi dan pengetahuan yang bermanfaat bagi Kibumi.id dan juga komunitas atau *start up* yang bergerak di bidang sosial lainnya dalam menerapkan strategi pemasaran sosial dalam programnya.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi dengan penggunaan konsep pemasaran sosial sebagai fokus utama penelitian terhadap Kibumi.id dalam mengedukasi masyarakat tentang pengelolaan sampah untuk dianalisis lebih lanjut dan agar pembahasan pada penelitian ini tidak terpecah ke ranah yang lain. Pada penelitian ini tidak melihat pengaruh dari pemasaran sosial yang dilakukan Kibumi.id terhadap *target audience* maupun khalayak.